



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS FASA
CURSO: ADMINISTRAÇÃO
DISCIPLINA: MONOGRAFIA
PROFESSOR ORIENTADOR: HOMERO REIS**

A RESPONSABILIDADE SOCIO-AMBIENTAL NAS EMPRESAS DE PEQUENO E MÉDIO PORTE

**JOSELINE OLIVEIRA SILVA
RA: 2005127-0**

Brasília/DF, Novembro de 2007.

JOSELINE OLIVEIRA SILVA

**A RESPONSABILIDADE SOCIO-AMBIENTAL
NAS EMPRESAS DE PEQUENO E MÉDIO PORTE**

Monografia apresentada à Banca Examinadora do curso de Graduação em Administração, como exigência para obtenção do Título de Bacharel, no **Centro Universitário de Brasília – UniCEUB**, sob a orientação do professor, Homero Reis.

Brasília/DF, Novembro de 2007.

JOSELINE OLIVEIRA SILVA

A RESPONSABILIDADE SOCIO-AMBIENTAL NAS EMPRESAS DE PEQUENO E MÉDIO PORTE

Monografia apresentada à Banca Examinadora do curso de Graduação em Administração, como exigência para obtenção do Título de Bacharel, no **Centro Universitário de Brasília – UniCEUB**, sob a orientação do professor, Homero Reis.

Banca Examinadora:

Professor Homero Reis
Orientador

Professor (a)
Examinador (a)

Professor (a)
Examinador (a)

Brasília/DF, Novembro de 2007.

“Nunca devemos esmorecer diante das dificuldades. Os fracos se intimidam. Os fortes abrem as portas e acendem as luzes.”

Dalai Lama

Dedico esse trabalho ao meu pai, pelo exemplo e apoio aos meus estudos.

Agradeço em primeiro lugar ao Pai celeste, o Senhor Deus, que em sua infinita sabedoria me guiou e me deu forças para que esse trabalho se concretizasse.

A todos os amigos e amigas que me apoiaram para a realização desse trabalho.

Ao grande mestre, professor orientador Homero Reis, pela paciência e compreensão.

RESUMO

Este trabalho trata da responsabilidade sócio-ambiental, no que tange à importância e os benefícios de inserir responsabilidade sócio-ambiental nas pequenas e médias empresas. Com a preocupação com o meio ambiente, vê-se que as organizações devem procurar, cada vez mais, fazer a sua parte. Algumas das grandes organizações já procuram, de alguma forma, fazer algo. As pequenas e médias empresas devem ter a mesma preocupação e fazer algo pelo meio em que vivem. Estas que inserirem a responsabilidade sócio-ambiental passam a adotar uma postura responsável, levando uma imagem de empresa que não se preocupa somente com os lucros. Além da melhoria da imagem, a postura de empresa socialmente responsável, traz ganhos tangíveis para as empresas (pequenas, médias e grandes) como a redução nos custos, aumento da competitividade, melhor relacionamento com os *stakeholders* com a organização. Para tanto, neste trabalho monográfico, foi utilizada pesquisa bibliográfica e documental, sendo que o embasamento teórico trata dos pontos que mostra tais benefícios e a importância da inserção de responsabilidade sócio-ambiental nas pequenas e médias empresas. É deles a responsabilidade corporativa; educação corporativa que trata do aprendizado individual e organizacional; ética empresarial; sistema de gestão ambiental – SGA e os benefícios da empresa sócio-ambiental. Tais pontos mostrarão um melhor entendimento sobre a responsabilidade sócio-ambiental, mostrando também, que a valorização da responsabilidade sócio-ambiental empresarial é uma tendência que beneficiará tanto empresários como a sociedade em geral.

Palavras-chaves: responsabilidade, sócio-ambiental, pequenas, médias, empresas.

LISTA DE SIGLAS

RSE – Responsabilidade Social Empresarial

SGA – Sistema de Gestão Ambiental

ISO – International Organization for Standardization

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: As três questões fundamentais da gestão ambiental.

Tabela 1: Influencia da gestão ambiental na competitividade e no sucesso empresarial

Tabela 2: Influencia da gestão ambiental na competitividade e no sucesso empresarial

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL	13
2.1. Responsabilidade Corporativa.....	14
2.2. Educação Corporativa	17
2.3. Ética Empresarial.....	18
2.4. Sistema de gestão ambiental - SGA.....	20
2.4.1 Implantação do SGA.....	22
2.5. Benefícios de Ser Empresa Social e Ambientalmente Responsável	27
3. RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL NAS EMPRESAS	29
3.1 Empresas de Pequeno Porte.....	29
3.2 Empresas de Médio Porte	30
3.3 Empresas de Grande Porte	31
3.4 Aplicabilidade da Responsabilidade Sócio-Ambiental	32
CONCLUSÃO.....	34
REFERÊNCIAS	36

1. INTRODUÇÃO

A preocupação com o futuro e com as novas gerações faz com que as empresas busquem minimizar os efeitos dos atos de agressão ao meio ambiente e a sociedade, sabendo que estes atos afetam não somente as regiões onde a empresa está situada e sim toda a natureza. Esta preocupação também busca um melhor relacionamento com os clientes.

A Responsabilidade Sócio-ambiental vem crescendo em importância dentro das organizações, fazendo crer que as empresas bem sucedidas são aquelas que geram bons resultados para si e para toda a sociedade, entendendo que a preservação ambiental e a inclusão social são desafios para o desenvolvimento humano e empresarial.

Dessa forma as pequenas e médias empresas, que também estão buscando o desenvolvimento, devem sentir o dever de consolidar políticas sócio-ambientais no que se refere à preservação ambiental e inclusão social.

O referido estudo acadêmico tem como justificativa agregar mais conhecimento sobre responsabilidade sócio-ambiental, evidenciando a importância que deve ser dada às questões sociais e ambientais, que podem ser relevantes aos aspectos econômicos das pequenas e médias empresas, gerando uma reflexão sobre o assunto que permeia o nosso dia a dia.

Diante disso, tem-se como tema deste trabalho **A Responsabilidade Sócio-ambiental nas Empresas de Pequeno e Médio Porte**, e como essas empresas podem ser beneficiadas e beneficiar a sociedade com os seus atos de preservação.

Portanto tem-se como problema dessa pesquisa: **Inserir responsabilidade sócio-ambiental é um fator importante e benéfico para as pequenas e médias empresas?**

O presente trabalho tem como objetivo geral verificar a importância e os benefícios de inserir programas de responsabilidade sócio-ambiental nas pequenas e médias empresas, demonstrando e identificando as vantagens de ser uma empresa socialmente e ambientalmente responsável. Buscando demonstrar que as pequenas e médias empresas podem implantar a responsabilidade sócio-ambiental e contribuir para a conscientização dos colaboradores quanto ao papel sócio-ambiental dentro das organizações.

O trabalho foi desenvolvido com base na metodologia de pesquisa exploratória, que apresenta diversas informações e busca maior clareza de conceitos demonstrados anteriormente. Esta é uma pesquisa exploratória, que conforme Rosiu *et al* (2002, p. 43) “é tipicamente a primeira aproximação de um tema e visa criar maior familiaridade em relação a um fato ou fenômeno, é feita por meio de levantamento bibliográfico que contem informações escritas a respeito do tema abordado e visita a sites.” Ressalta-se que tal pesquisa bibliográfica permitiu um enriquecimento de conhecimento sobre o tema abordado.

A técnica de pesquisa bibliográfica foi utilizada como principal meio de coleta de dados a fim de que o trabalho esteja construído em bases sólidas e informações fidedignas não deixando dúvidas quanto ao referencial teórico utilizado. Segundo Gil (2000, p. 62), “pesquisa bibliográfica é aquela em que os dados são obtidos de fontes bibliográficas, ou seja, de material elaborado com a finalidade explícita de ser lido”.

Considerando o objetivo deste trabalho e sua característica descritiva, para melhor compreender a importância da responsabilidade sócio-ambiental, faz-se necessária além da análise dos conceitos ligados ao tema, uma observação da realidade de suas aplicações em empresas de pequeno, médio e grande porte, a fim de identificar os benefícios da responsabilidade sócio-ambiental e as possibilidades de aplicação destes programas.

Será apresentado a seguir o conceito sobre responsabilidade sócio-ambiental, evidenciando a responsabilidade corporativa, a educação corporativa, ética empresarial, sistema de gestão ambiental – SGA e os benefícios de ser uma empresa social e ambientalmente responsável, posteriormente se verificará os programas de responsabilidade sócio-ambiental nas empresas de pequeno, médio e grande porte.

2. RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL

Responsabilidade sócio-ambiental pode ser entendida como um conjunto de ações que ajudam no desenvolvimento e no compromisso com o meio ambiente e com a sociedade.

O compromisso das empresas de contribuir para o desenvolvimento econômico sustentável, trabalhando com os empregados, com as famílias, com a comunidade local e com a sociedade em geral para melhorar a qualidade de vida, assim os assuntos ambientais são parte da responsabilidade social das empresas. (HOLLIDAY 2002, p.142).

A sociedade tem demonstrado preocupação com o meio ambiente e as empresas estão cientes de que devem fazer a sua parte, e com uma visão mais ampla do futuro, visando uma imagem mais correta perante os clientes e a sociedade, as grandes empresas estão praticando cada vez mais a responsabilidade sócio-ambiental. As pequenas e médias empresas também podem contribuir para a preservação do meio ambiente, através da adoção de medidas e práticas para preservação do meio ambiente, inserindo os colaboradores a ponto de que se sintam na missão de interagir com as diversas áreas da organização e de motivá-las e sensibilizá-las quanto às questões de caráter sócio-ambiental.

As empresas que investem em responsabilidade sócio-ambiental têm uma imagem correta perante a sociedade e se beneficiam com as medidas econômicas que são frutos das políticas de preservação dos recursos, como por exemplo, a redução dos gastos com energia elétrica e água.

Um dos benefícios que as empresas têm ao se inserir como social e ambientalmente responsável é a conscientização dos dirigentes da empresa de que cuidar do bem estar dos seus funcionários, da comunidade e do meio ambiente é fator fundamental para o desenvolvimento e, portanto, um dever de todos. Sendo assim, as pequenas e médias empresas não podem se limitar somente a manter sua estrutura competitiva, mas buscar também, a capacidade de se adequar às necessidades sociais e ambientais.

As pequenas e médias empresas podem melhorar a sua imagem, inserindo responsabilidade sócio-ambiental.

A inserção da questão ambiental no campo da questão empresarial que, há duas ou três décadas, poderia ser percebida como um mero modismo ou uma tendência específica de setores e atividades com grande potencial poluidor ou intensivo na utilização de recursos ambientais, hoje ocorre de forma irreversível, inequívoca e generalizada (...) desafios estão sendo transformados em oportunidades na medida em que novas ferramentas de gestão ambiental possibilitam, não apenas a redução de riscos sócio-ambientais associados à ação empresarial, mas também alavancar ganhos de imagem, de produtividade, de mercados, que em última instância, se traduzem em ganhos de sustentabilidade empresarial. (DEMAJOROVIC E JUNIOR, 2006, p. 9)

As pequenas e médias empresas, além de melhorar a sua imagem perante a sociedade, pode se beneficiar com o aumento da produtividade, a redução de custos, a economia nos custos e utilizar a competitividade ao seu favor.

2.1. Responsabilidade Corporativa

Nos últimos tempos, a questão ambiental vem ganhando espaço nas organizações. Vê-se que as organizações devem ficar mais atentas com as questões sociais e ambientais, adotando uma postura ética nas suas atividades.

Percebe-se que os problemas ambientais e sociais, em sua maioria, são causados pela forma como os seres humanos se comportam, sem a preocupação com as causas trazidas do seu estilo de vida. Cabe aos administradores buscarem formas de educação dentro das organizações, tendo assim profissionais que busquem o melhor para a organização e para a sociedade.

As empresas estão tendo de competir num ambiente de negócios cada vez mais complexo, no qual não é mais suficiente oferecer qualidade e preço competitivo, não é mais suficiente obedecer às leis e pagar imposto. As companhias de sucesso serão cada vez mais pressionadas para olhar intensamente o impacto das suas operações dentro e fora das suas paredes institucionais e, cuidadosamente, verificar os impactos de suas políticas e ações em seus empregados, clientes, consumidores e na sociedade como um todo. (Borger apud DEMAJOROVIC E JUNIOR, 2006, p.14).

Borger (apud Demajorovic e Junior, 2006, p.17) narra que “A noção de responsabilidade social esta vinculada, nos seus primórdios, à doutrina econômica baseada no principio da propriedade e da iniciativa privada que dá origem ao regime

da livre empresa.” Ou seja, cada pessoa é livre para exercer atividades econômicas e ter meios produtivos, para um maior ganho.

Segundo Neto e Fróes (2001, p.6), a responsabilidade social “consiste na sua decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região que está presente e minorar possíveis danos ambientais decorrente do tipo de atividade que exerce”. Os autores citam ainda, características de uma empresa socialmente responsável, são elas:

a) Ter alto comprometimento com a comunidade; b) Atuar em parceria com o governo, demais empresas e entidades em programas e projetos sociais; c) Viabilizar projetos sociais independentemente dos benefícios fiscais existentes; d) Realizar ações sociais, cujo principal objetivo não é o marketing, mas um compromisso efetivo com a comunidade; e) Seus funcionários, conscientes da responsabilidade social da empresa, atuam como voluntários em campanhas e projetos sociais; f) Os valores e princípios empresariais, além de sua missão e visão estratégica, incorporam responsabilidades diversas, envolvendo o seu relacionamento com o governo, clientes, fornecedores, comunidade, sociedade, acionistas e demais parceiros. (NETO E FRÓES, 2001, p. 79),

Uma empresa socialmente responsável, não é aquela que somente preserva o meio ambiente e as questões sociais, e sim, a que se preocupa com o ambiente de trabalho dos funcionários, o bem estar destes; que procuram conscientizar os próprios funcionários de que devem atuar nas questões sociais.

Um dos fatores importantes para que empresas tenham êxito na implantação de projetos de responsabilidade sócio-ambiental é o envolvimento dos colaboradores, através do incentivo a educação que os torna mais conscientes quanto as suas responsabilidades em relação ao meio ambiente e as questões sociais.

Quando os colaboradores se sentem valorizados no seu ambiente de trabalho, trabalham mais em prol da empresa. Sendo assim as pequenas e médias empresas que adotam a responsabilidade sócio-ambiental, que mostram aos colaboradores que se preocupam com o bem estar deles e que ao colaborar com o desenvolvimento da sociedade e com a preservação do meio ambiente, estão não só se beneficiando com sua imagem correta perante a sociedade, mas estão com colaboradores dedicados e empenhados para a empresa crescer e vir a ser uma grande empresa. O administrador que cumpre o seu papel social dentro da sua

organização atrai mais clientes, pois mostra que sua empresa é séria e preocupada com o futuro da sociedade. Pode-se verificar o conceito de responsabilidade corporativa segundo Borger:

Que tem como idéia central que as empresas devem responder às demandas sociais para sobreviver adaptando o comportamento corporativo às necessidades sociais (...) a adaptação do comportamento corporativo às necessidades sociais; a empresa deve agir responsavelmente, atendendo às expectativas da sociedade de como os negócios devem funcionar. (Borger, apud DEMAJOROVIC E JUNIOR, 2006, p. 27)

Deve-se entender que responsabilidade social empresarial ou responsabilidade social corporativa, não é filantropia. Segundo o entendimento da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (United Nations Conference for Trade and Development – UNCTAD), considera que:

A responsabilidade social da empresa vai além de filantropia. Na maioria das definições se descreve como medidas constitutivas pelas quais as empresas integram preocupações da sociedade em suas políticas e operações comerciais, em particular, preocupações ambientais, econômicas e sociais. A observância da lei é o requisito mínimo que deverão de cumprir as empresas.

Segundo Dias (2006, p.154) “doações que a empresa faz ocasionalmente não são ações de RSE; é um tipo de ajuda eventual que presta a empresa, configurando-se mais ação de filantropia.” Dias, ainda, faz uma citação de Marisa Toldo (2002, p. 84), sobre responsabilidade social:

São estratégias pensadas para orientar as ações das empresas em consonância com as necessidades sociais, de modo que a empresa garanta, além do lucro e da satisfação de seus clientes, o bem estar da sociedade. A empresa está inserida nela e seus negócios dependerão de seu desenvolvimento e, portanto, esse envolvimento deverá ser duradouro. É um comprometimento.

Portanto desenvolver responsabilidade social nas empresas é um comprometimento que estas terão com estratégias ligadas às necessidades da sociedade.

Para que as pequenas e médias empresas adotem a responsabilidade sócio-ambiental sem maiores custos, tem-se que educar seus funcionários, fazendo com que estes repensem os próprios atos praticados dentro da empresa e fazendo com que se sintam social e ambientalmente responsáveis.

2.2. Educação Corporativa

A responsabilidade sócio-ambiental é um fator importante que deve ser visto de forma séria pelas pequenas e médias empresas. Sua importância se deve ao fato de que o planeta está com problemas causados pelo próprio homem, comprometendo a qualidade de vida e a sobrevivência humana. Isso se deve ao fato de que as pessoas se acostumaram a não respeitar o meio onde vivem. Em decorrência disso as pequenas e médias empresas devem destacar a importância de educar seus funcionários, construindo um novo processo de formação.

A responsabilidade sócio-ambiental empresarial depende em grande parte da construção de um novo processo de formação nas empresas que compete à redução de riscos nos processos produtivos (...) é importante destacar que as mudanças não se restringem em colocar variável socio-ambiental no centro das deliberações das empresas; inclui também repensar os processos educacionais em contextos organizacionais que, durante décadas, se limitaram a oferecer apenas treinamento aos seus integrantes. (DEMAJOROVIC, 2003 p. 137).

As organizações de pequeno e médio porte que lutam para serem grandes e ganharem o mercado têm que entender que uma forma de implantar responsabilidade sócio-ambiental é reeducar seus colaboradores de forma que estes entendam que vale a pena praticar atos que beneficiem o meio ambiente, a sociedade, a organização em que trabalham e, conseqüentemente, a eles mesmos.

Uma organização que aprende é entendida como uma empresa que facilita a aprendizagem de todos os seus membros e que se transforma continuamente. Assim, o aprendizado em grupo, a comunicação lateral e as tecnologias informatizadas assumem um papel central nos debates sobre ensino e aprendizagem nas organizações. (DEMAJOROVIC, 2003, p. 138).

Segundo Fleury (apud Demajorovic, 2003, p. 143), o processo de aprendizado individual se define como: “resultante da prática ou experiência anterior que pode vir, ou não, a se manifestar em uma mudança perceptível do comportamento”. Para que a responsabilidade sócio-ambiental seja benéfica para as pequenas e médias empresas, um dos fatores de importância é a educação.

Diferencia o aprendizado organizacional do individual esta no fato que as organizações não são um mero agrupamento de indivíduos, embora não exista organização sem esse agrupamento. Da mesma forma, a ação organizacional também não se reduz à ação de seus indivíduos, ainda que sem a ação individual não exista a ação organizacional (...) assim, para que os indivíduos de uma coletividade tomem decisões que se traduzam em uma ação organizacional, certas condições têm de ser respeitadas: acordo sobre procedimentos para o processo de tomada de decisão em nome da coletividade; delegação da autoridade para os indivíduos em nome da coletividade; estabelecimento de fronteiras entre a coletividade e o resto do mundo... Por fim, o aprendizado individual não se aplica necessariamente um aprendizado organizacional, ainda que este só possa se concretizar a partir das ações individuais. (DEMAJOROVIC, 2003, p. 145).

Sabe-se que as organizações são conjuntos de indivíduos, sendo que cada um destes traz consigo suas distinções, a partir de suas vivências, experiências e inteligência, levando tais distinções para as organizações, podendo assim tornar o trabalho mais eficiente e eficaz, pois cada individuo tem a capacidade de aprender a partir das suas distinções. No entanto o aprendizado individual se diferencia do aprendizado organizacional.

Deve-se ter em mente que as características típicas do aprendizado individual, como lembranças, memória, pensamento e inteligência, não ocorrem de forma literal nas organizações: constituem metáforas que permitem criar um modelo de aprendizado que possa ser aplicado a elas (...) embora as metáforas sejam vistas por muitos críticos como elementos cosméticos, ou seja, artifícios para embelezar o discurso, seu uso é, na realidade, de fundamental relevância para explicar e compreender as estruturas e ações organizacionais. (DEMAJOROVIC, 2003, p. 143).

2.3. Ética Empresarial

O conceito de ética segundo Borger (apud Demajorovic e Junior, 2006, p.30) é “estudo dos juízos de valor referentes à conduta humana suscetível de qualificação do bem e do mal”. A prática da ética empresarial nas organizações é uma forma de desenvolver os valores essenciais como à honestidade, a confiança, o respeito e a justiça, na tomada de decisões das organizações, sendo que tais

valores são fundamentais para a implantação de responsabilidade sócio-ambiental nas pequenas e médias empresas.

A responsabilidade sócio-ambiental pode ser definida pela relação da ética com a transparência da organização para com todos aqueles que com ela se relaciona.

Hoje, um número crescente de empresas esta formulando programas de ética baseados em valores, definições de valores éticos, proporcionando diretrizes para os processos de tomada de decisão e ferramentas necessárias para lidar com dilemas éticos complexos e mais rotineiros, e com o grupo amplo de agentes. (Borger apud DEMAJOROVIC E JUNIOR, 2006, p. 31).

A ética nas organizações se referia a normas de conduta que especificavam o que os colaboradores podem ou não fazer. Vê-se que as empresas, estão se comprometendo em desenvolver processos decisórios éticos.

Borger (apud Demajorovic e Junior, 2006, p. 31) afirma que “a análise ética dos negócios tem como propósito melhorar o comportamento ético, e conseqüentemente, a responsabilidade da gestão.” As organizações devem procurar ter em mente respostas éticas a eventuais problemas.

A fim de garantir que os princípios éticos relacionados à sociedade e ao meio ambiente criaram-se alguns selos de certificação. Têm-se normas como a ISO 14000 e outras mais específicas como BS 8000, OHSAS 18001 e SA 8000, que dão garantias de segurança, saúde do trabalhador e respeito aos direitos humanos e trabalhistas.

Estas normas foram desenvolvidas por órgãos ou instituições específicas, principalmente organizações não-governamentais e organismos multilaterais, visando desenvolver e consolidar um conjunto de padrões e indicadores aceitáveis e auditáveis no que se refere aos aspectos ambientais, sociais. (Borger apud DEMAJOROVIC E JUNIOR, 2006, p.32).

As empresas de pequeno e médio porte necessitam criar um relacionamento mais ético no mundo dos negócios, não sendo necessário sonegar impostos, descumprir leis, desrespeitar o seu capital humano ou, ainda, poluir o meio ambiente. Mas devem procurar as vantagens de ser uma empresa sócio-ambiental apoiando os objetivos de interesse social como a preservação ambiental, melhoria na educação, entre outros.

2.4. Sistema de gestão ambiental - SGA

Gestão ambiental para Almeida, Cavalcanti e Mello (2000, p.52) é “forma pela qual a empresa se mobiliza, interna e externamente, na conquista da qualidade ambiental desejada.” Nos últimos tempos vê-se uma preocupação com os impactos ambientais, fazendo com que as organizações abram os olhos para essa realidade.

Segundo Epelbaum (apud Demajorovic e Junior, 2006, p.116) “a gestão ambiental pode ser entendida como a aplicação dos princípios de planejamento e controle na identificação, avaliação, controle, monitoramento e redução dos impactos ambientais a níveis predefinidos.”.

Em tempos que se vive com os problemas ambientais, dentre eles o efeito estufa, as empresas que buscam adotar práticas ambientais passam a ser bem sucedidas e tem uma imagem bem mais aceita pelos consumidores, fornecedores, colaboradores, da sociedade em geral.

A tendência atual é que as empresas façam do seu desempenho ambiental fator diferencial no mercado (...) o objetivo do SGA é assegurar a melhoria contínua do desempenho ambiental da empresa (...). Trata-se de assumir posturas pró-ativas e criativas com relação a questões ambientais. (ALMEIDA, CAVALCANTI E MELLO, 2000, p.52).

As empresas que querem uma melhoria no desempenho ambiental têm que buscar soluções para três questões, que podem ser observadas na figura abaixo:

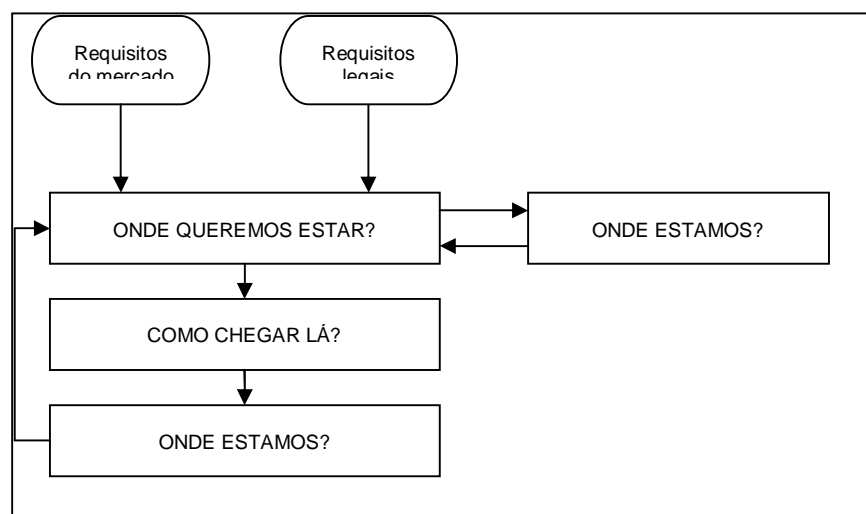


Figura 1: As três questões fundamentais da gestão ambiental

Fonte: Adaptado pela aluna Joseline Oliveira Silva a partir de Cavalcanti, Mello e Almeida (2000, p.59).

Para as pequenas e médias empresas um dos fatores que podem contribuir para ser uma empresa sócio-ambiental é adotar o SGA (Sistema de Gestão Ambiental), que é uma forma da empresa se enquadrar as normas e conquistar a qualidade ambiental. Para tanto deve responder as três questões fundamentais da gestão ambiental.

A primeira questão que a empresa deve responder é “onde estamos?” Para responder a esta questão é necessário fazer uma avaliação ambiental que segundo Almeida, Cavalcanti e Mello (2000, p.52) “devera abranger a comparação do desempenho ambiental da empresa com padrões, normas, códigos e princípios externos já estabelecidos.”

A segunda questão é “onde queremos chegar?” Ou seja, é o objetivo da empresa, um compromisso, como ela pretende melhorar o seu desempenho ambiental de acordo com o seu tamanho (pequena, média e grande) e em conformidade com a área que atua.

A política de meio ambiente da empresa é o seu compromisso (...) Este compromisso está condicionado as metas globais da empresa, de acordo com seu porte e natureza de suas atividades, com as tendências ambientais do mercado em que atua, além das características peculiares à sua região de entorno. (ALMEIDA, CAVALCANTI E MELLO, 2000, p.52-53)

A terceira questão é “como chegar lá?” Conforme Almeida, Cavalcanti e Mello (2000, p.53) “a implementação de planos de ação e de programas de gestão específicos, associados ao treinamento e à conscientização dos empregados, possibilita à empresa a conquista de objetivos e metas ambientais.”

Para poder adotar o SGA as empresas devem fazer mudanças culturais, pois existem hábitos e costumes que estão consolidados no ambiente interno das organizações e precisam ser combatidos. A cultura ambiental deve ser vista como um aspecto da cultura organizacional das empresas, pois quanto mais importante for o meio ambiente para a empresa, mais fortalecida estará a cultura ambiental, sendo que a cultura organizacional terá um direcionamento ambiental enfático.

Adotar o SGA é mudar a mentalidade de toda a organização no que se refere a meio ambiente, sendo que tal mudança deve ocorrer desde a diretoria até os níveis mais baixos da empresa.

2.4.1 Implantação do SGA

De acordo com Almeida, Cavalcanti e Mello (2000, p.60), para uma implantação bem sucedida do SGA, a alta gerencia precisa estar à frente e comprometida com a melhoria do desempenho. É preciso se mobilizar para garantir o sucesso de uma empresa social e ambientalmente responsável. Para tanto existem alguns pontos de mobilização. São eles:

- a. Promova reuniões internas. Discuta o assunto com os demais gerentes da empresa.
- b. Realize seminários. Convide à participação outras empresas conforme seu interesse.
- c. Estimule a participação da empresa em eventos, seminários e reuniões externas sobre o assunto.
- d. Promova o acesso da sua empresa a informações ambientais (como, por exemplo, com a assinatura de revistas especializadas) e divulgue-as internamente.
- e. Envolver os empregados em ações de endomarketing (campanhas internas e eventos e sensibilização à questão ambiental). (ALMEIDA, CAVALCANTI E MELLO, 2000, p.60)

Para as pequenas e médias empresas que estão sempre em busca de redução de custos, e pouco podem gastar, esses itens servem de grande ajuda no que se refere a implantar o SGA.

As empresas devem estabelecer uma política ambiental, que é como a empresa vai reduzir os impactos ambientais de suas atividades, produtos e serviços sobre o meio ambiente. Segundo Almeida, Cavalcanti e Mello (2000, p.61) o desenvolvimento da política ambiental “trata-se de um compromisso com a melhoria contínua do seu desempenho ambiental, através da implementação de um sistema de gestão com metas de melhoria definidas.”

Conforme a ISO 14001, a política ambiental é “declaração dos princípios e intenções da empresa em relação ao seu desempenho ambiental e que deve nortear o planejamento de ações e o estabelecimento de seus objetivos e metas ambientais”. Definir uma política ambiental dentro da organização é fundamental, sendo o primeiro passo para o SGA, sendo que a política ambiental deve estar de acordo com outras políticas e normas da empresa.

A gestão ambiental está ligada a normas, que foram elaboradas acerca do meio ambiente, tais normas limitam as empresas referente à poluição, as condições que resíduos são deixados, quantidade de água a ser utilizada, entre outros.

ISO são normas desenvolvidas por um organismo internacional não-governamental, que foi fundada em fevereiro de 1947 em Genebra na Suíça, sendo representada e fundada no Brasil pela ABNT. As normas que orientam para a administração ambiental são as ligadas a norma ISO 14000, sendo que a norma que trata do SGA é a norma ISO 14001. A norma ISO 14001 foi criada para auxiliar empresas quanto aos riscos ambientais como parte de suas práticas usuais, esta norma exige que as empresas se comprometam com a prevenção e com melhorias contínuas, como parte do ciclo normal de gestão empresarial.

Para uma gestão ambiental eficaz que se baseiem em práticas benéficas, as empresas podem adotar o modelo da Norma ISO 14001, que segundo Epelbaum (apud Demajorovic e Junior, 2006, p.120) “tal modelo pode ser aplicado em qualquer tipo de organização, de qualquer porte e em qualquer país.”

A SGA tem como objetivo declarado pela Norma ISO 14001: assegurar conformidade com a política ambiental, incluindo o compromisso com a melhoria continua e a prevenção de poluição; demonstrar essa conformidade e partes interessadas; e buscar certificação ou reconhecimento. (Epelbaum apud DEMAJOROVIC E JUNIOR, 2006, p.120).

Para se implantar SGA, deve-se ter um planejamento, tal planejamento se refere ao que a ISO 14001 estabelece para que a empresa viabilize os objetivos e metas de forma a garantir o cumprimento da política ambiental da organização.

Dentre os benefícios esperados e atingidos a partir do SGA (segundo a norma 14001), pode-se verificar alguns segundo a tabela abaixo:

Benefício esperado	Comentário
1. Atender a critérios de certificação para a venda	Nos casos em que é necessário prover confiança sobre gestão ambiental, a ISO 14001 é um bom modelo. Particularmente no setor automobilístico, a certificação ISO 14001 é uma exigência dos clientes.

2. Satisfazer critérios dos investidores para aumentar o acesso ao capital.	Vários agentes financiadores (por exemplo, BID, BNDS, Bird) solicitam uma contrapartida ambiental para os seus investimentos, e em alguns casos essa contrapartida é a ISO 14001. Ela serve bem a esse papel.
3. Melhorar a organização interna e gestão global.	Esse benefício é imediato na maioria das empresas, porem pode ser maior dependendo da condução do processo de implantação do SGA.
4. Redução da poluição, conservação de materiais e energia.	A norma requer ações de preservação da poluição. Mesmo aceitando as tecnologias de fim-de-linha, varias empresas declaram resultados de redução de poluição e do uso de recursos.
5. Reduzir custos	O SGA auxilia a empresa a visualizar oportunidades de melhoria e redução da poluição, permitindo um gerenciamento mais racional e pro ativo, o que se espera que permita a redução dos custos.
6. Aumentar a conscientização do pessoal	Mesmo considerando as empresas que implantam o SGA por vontades externas, esse é um dos pontos fortes da ISO 14001, sendo benéfico perceptível em grande parte das idéias.
7. Melhorar o clima e comunicação interna	Na maioria dos casos, esse não é um objetivo a ser atingido, mas acaba advindo como resultado indireto dos trabalhos de implantação.
8. Aumentar o desempenho ambiental de fornecedores	Apesar de a abrangência e a profundidade dos requisitos aos fornecedores serem extremamente variáveis (uma vez que a norma não as especifica), os ganhos nessa área são significativos em todos os casos.

Tabela 1: A influencia da gestão ambiental na competitividade e no sucesso empresarial

Fonte: Adaptado pela aluna Joseline Oliveira Silva a partir de Epealbaum (APUD DEMAJOROVIC E JUNIOR, 2006, p.127).

Os benefícios foram levantados a partir de uma pesquisa que avaliou dezoito benefícios.

foi utilizada uma pesquisa abrangente que avaliou dezoito benefícios esperados indicados por vários autores brasileiros, internacionais e aqueles declarados pela própria ISO, frente aos benefícios obtidos mensurados por pesquisas efetuadas por diversos autores. (Epealbaum apud DEMAJOROVIC E JUNIOR, 2006, p. 126)

Além dos benéficos esperados e atingidos, Epealbaum destaca os benefícios esperados e parcialmente atingidos do SGA, conforme pode ser verificado na tabela abaixo:

Benefício esperado	Comentário
1. Demonstrar ao público um razoável cuidado ambiental, mantendo boas razões e canais de comunicação.	As relações com a comunidade melhoram com a abertura da comunicação, porem, ainda de forma reativa em grande parte das empresas. A divulgação de informações ainda é pequena.
2. Assegurar aos clientes e consumidores o comprometimento com uma gestão ambiental demonstrável.	Pode-se assegurar somente uma melhor gestão ambiental no processo (não é possível assegurar processos limpos já). Pode-se demonstrar estagio ainda inicial de preocupação ambiental com os produtos, e as auditorias de certificação pouco têm enfocado esse tema.
3. Melhorar a imagem	A melhoria da imagem advém de sucessivos anos de ações consistentes com resultados, e uma falha pontual de anular todo o esforço.
4. Melhorar a participação de mercado e vendas	Não há evidencias de aumento de participação de mercado, a ISO 14001 parece ter mais um caráter qualificador do que de requisitos ganhador de pedidos.
5. Reduzir prêmios de seguro	O SGA melhora significativamente o gerenciamento dos riscos ambientais podendo implicar menores prêmios de seguro. No entanto, há poucas evidencias do alcance desse resultado, pois o seguro ambiental ainda é pouco empregado.

6. Melhorar o controle sobre os custos	A norma não requer o controle de custos ambientais. As evidências mostram a implantação pontual de sistemas de custos ambientais nas empresas. No entanto há grande potencial de sistematização.
7. Reduzir incidentes, riscos, vulnerabilidade e passivos ambientais.	Os requisitos relativos a gerenciamento de riscos da norma são poucos prescritivos, porém, há avanços significativos para muitas das empresas. Para atividades de maior risco, requisitos adicionais associados às melhores práticas levariam a resultados mais eficazes.
8. Melhorar as relações entre industriais e governo, e facilitar a obtenção de licenças e autorizações.	Em alguns países (por exemplo, Estados Unidos), a adoção da ISO 14001 é parte de esquemas voluntários para obtenção de licenças ambientais. Apesar de prevista em legislação brasileira (por exemplo, Resolução Conama n.º 237/97 e Decreto Estadual de São Paulo n.º 47.400/02), a facilitação da obtenção de licenças para as empresas com SGA ainda é bastante limitada, dependendo a obtenção desse benefício também da predisposição dos órgãos governamentais.

Tabela 2: A influência da gestão ambiental na competitividade e no sucesso empresarial

Fonte: Adaptado pela aluna Joseline Oliveira Silva a partir de Epealbaum (apud DEMAJOROVIC E JUNIOR, 2006, p.128 e 129).

Pode-se considerar que o benefício que está ligado à comunidade (o benefício 1 da Tabela 2) poderá ter um resultado esperado se as empresas buscarem a transparência e comunicação, sendo que a norma tem a pro atividade como requisito.

No benefício que está ligado aos clientes e consumidores (o benefício 2 da Tabela 2), pode-se considerar que para alcançá-lo são necessárias ferramentas avançadas como o *ecodesign* (análise do ciclo de vida) e marketing ambiental, para tanto só seriam necessários para empresas onde seus produtos e processos de responsabilidade ambiental, representassem diferencial competitivo ou uma cultura forte de responsabilidade social. No que se refere à melhoria da imagem (o benefício 3 da Tabela 2) o certificado é mais qualificador do que gerador de vendas.

Apesar de ser um dos ativos mais desejados por muitas organizações (...) esse benefício pode ser alcançado somente em longo prazo e sua correlação estrita com SGA não são tão simples. No que se refere às vendas pode-se considerar que o certificado ISO 14001 é mais qualificador do que gerador de vendas. (Epealbaum apud DEMAJOROVIC E JUNIOR (2006, p. 129)

Segundo Epealbaum, com relação ao SGA conforme a norma ISO 14001, temos os benefícios esperados e obtidos, os benefícios esperados e parcialmente obtidos e um benefício esperado e não atingido, sendo que ampliar o desenvolvimento e a difusão de soluções ambientais conforme Epealbaum apud Demajorovic e Junior (2006, p. 131) “não é uma premissa nem um requisito do modelo ISO 14001, e certamente não seria alcançado pela implantação do SGA.”

2.5. Benefícios de Ser Empresa Social e Ambientalmente Responsável

Conforme os estudos em torno da responsabilidade sócio-ambiental, pode-se verificar alguns benefícios como:

- a. Diferencial competitivo, as empresas que adotam a responsabilidade sócio-ambiental são mais bem vistas pelo cliente, fazendo com que seus produtos e/ou serviços sejam mais aceitos no mercado.
- b. Redução dos custos - as pequenas e médias empresas que adotam responsabilidade sócio ambiental, se beneficiam nesse quesito, pois diminui os desperdícios, fazendo com que a empresa reduza os seus custos.
- c. Melhoria da imagem da empresa – quando a empresa se torna uma empresa preocupada com as questões sociais e ambientais, ela é mais bem vista pela pelos clientes, consumidores e da sociedade em geral.
- d. Conscientização dos funcionários – empresas que adotam a responsabilidade sócio-ambiental e procura educar sua organização sobre a mesma, têm em sua empresa funcionários mais conscientes das questões sociais e ambientais.

- e. Produtividade – funcionários que se sentem mais valorizados e vêem que a empresa se preocupa com o bem estar deles, produzem mais e melhor.

Quantidade cada vez maior de líderes da América latina está reconhecendo o valor de alguns benefícios intangíveis da RSE, tais como melhoria da imagem, “licença de operação” mais vigorosa, aumento da credibilidade, além da maior lealdade e confiança dos clientes e empregados. (HOLLIDAY, 2002. p. 149)

3. RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL NAS EMPRESAS

Os programas de responsabilidade sócio-ambiental já são aplicados em grande parte das empresas. O trabalho apresentará um comparativo das ações das empresas, utilizando como fator diferenciador o porte de cada empresa. O porte da empresa pode ser definido pelo número de funcionários ou pelo faturamento anual, aqui será utilizado como definição o número de funcionários, que de acordo com o SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, classifica-se da seguinte forma:

- a. Pequeno porte: de 20 à 99 funcionários.
- b. Médio porte: de 100 à 499 funcionários.
- c. Grande porte: acima de 500 funcionários.

3.1 Empresas de Pequeno Porte

Panificadora e Confeitaria Esplendor existe a mais de 40 anos em Curitiba - Paraná. Investe os seus recursos na compra de tecnologia que reduza o consumo dos fatores críticos de produção. Aplica programas de reutilização de resíduos e redução de desperdícios. Promove treinamentos e seminários sobre preservação do meio ambiente tanto para os colaboradores quanto para a comunidade. A empresa também tem coleta seletiva de lixo. A empresa exige de seus parceiros e fornecedores uma postura ambientalmente responsável.

A empresa tem o reconhecimento da comunidade e uma clientela fiel e atuante, porem não divulgou outros dados a cerca da melhoria da imagem empresarial.

O **Brasília Shopping** realiza uma parceria com cooperativas de catadores de lixo para a coleta seletiva e encaminhamento para a reciclagem, reutilização e aproveitamento dos materiais das lojas e das áreas comuns do shopping. Esse programa trouxe aspectos positivos para a empresa pois a aproximou dos seus clientes (lojistas) no combate a poluição e ao desperdício.

3.2 Empresas de Médio Porte

Ciser, Cia Industrial H Carlos Schneider, atua como indústria de parafusos em Joinville – Santa Catarina. Tem em sua identidade a descrição do quanto o desenvolvimento social e a preservação do ambiente são importantes para a empresa. As ações de responsabilidade social tiveram início na década de 80 depois de ter tido grande responsabilidade pela poluição na cidade de Joinville, onde esta sediada. A empresa iniciou em 1983 um projeto de preservação do Rio Quiriri e de suas nascentes. Atualmente o projeto preserva mais de 9 mil hectares de mata atlântica e 3,5 mil hectares de manguezais, tem programas de coleta seletiva de lixo estendido aos colaboradores, programas de conscientização da comunidade, plantio de árvores de todos os tipos pela comunidade, além de programas de educação ambiental continuada. O investimento anual da empresa em responsabilidade sócio-ambiental é maior que U\$ 4 mil. Estima-se que sejam 5 mil beneficiados diretos e 9 mil indiretos.

Além de reconquistar o bem-estar da cidade de Joinville a empresa cresce a ponto de ser a maior da América Latina na sua área de atuação

A **Canasvieiras Transportes**, empresa de transporte coletivo urbano que atua em Florianópolis – Santa Catarina desenvolve projetos de reciclagem de lixo e programas de conscientização ambiental que visa construir entre os colaboradores e a comunidade uma consciência em relação à importância da preservação do meio ambiente. A empresa criou o Grupo de Educação Ambiental, responsável pela criação de estratégias de multiplicação de informações, que inclui a organização de encontros com o objetivo de analisar e discutir a malha viária e os processos de degradação ambiental. Realiza também ciclos de palestras sobre meio ambiente. O Programa de Conscientização Ambiental tem se mostrado um exemplo de projeto de baixo custo financeiro, pois suas principais ações exigem criatividade, voluntariado e a reutilização de materiais. A empresa coopera incentivando sistematicamente os colaboradores e disponibilizando carga horária e recursos, quando necessários.

Seus resultados são de difícil mensuração, pois atingem o imaginário e a formação da consciência ecológica de cidadãos. A Canasvieiras Transportes objetiva, a médio e longo prazo, que atitudes ecologicamente corretas façam parte

da cultura e dos hábitos da comunidade local. Um benefício relevante é a melhoria da satisfação dos colaboradores envolvidos com o programa, que se sentem mais motivados, engajados e comprometidos na preservação do meio ambiente. Pode-se perceber também o interesse da comunidade em participar das ações desenvolvidas pela empresa, melhorando a qualidade de suas relações com a comunidade de entorno.

O **Laboratório Sabin** busca, através da educação ambiental, preservar os recursos naturais por acreditar que essa é a saída para o desenvolvimento de sociedades sustentáveis. O programa de gestão ambiental foi implantado em 2004 e seu foco principal é minimizar os riscos inerentes às atividades laboratoriais, reduzindo os resíduos potencialmente infectantes, através de educação ambiental que sensibiliza os colaboradores e a cadeia de trabalhadores indiretamente envolvidos. As Principais ações ambientais implantadas envolvidas no projeto estão à realização de seminário de educação ambiental, realização de palestras e oficinas sobre educação ambiental, implantação do Programa de Gerenciamento de Resíduos, implantação de Programa de Reciclagem de Resíduos Sólidos Limpos e a implantação de projeto de pesquisa para de tratamento de resíduo.

3.3 Empresas de Grande Porte

A empresa de alimentos **Sadia** apóia diversas ações de responsabilidade ambiental e em 1994 criou o Instituto Sadia que tem como ação principal o Programa 3S – Suinocultura Sustentável Sadia. Este programa cuida do tratamento de dejetos de suínos. Até junho de 2007, cerca de 980 suinocultores parceiros da Sadia já possuem em suas granjas biodigestores para tratar os dejetos de suínos. Com isso, o metano pode tornar-se uma fonte de energia limpa para os produtores e convertido em CO₂ que é menos poluente. A partir de 2007, o Instituto Sadia sofre uma reestruturação e lança um Programa de Investimento Social Privado, passando então a ser responsável pela gestão de todos os projetos sócio-ambientais apoiados pela Sadia que visam à promoção, o desenvolvimento social e a preservação do meio ambiente.

A **Shell Brasil** segue o padrão das empresas do Grupo Shell, e assume a responsabilidade pela recuperação das áreas que, eventualmente, sofram impacto em consequência de suas operações. Programa de preservação ambiental também tem o apoio da empresa como, por exemplo, o programa Manguezal de Jequiá, o projeto Ostras de Mandira em Cananéia, a Fundação Onda Azul e o projeto de Monitoramento de Baleias Jubarte. A Shell tem também um programa de preservação da biodiversidade, com ações para minimizar os impactos de suas operações e de seus clientes nas mudanças climáticas. Essa postura faz com seja uma das empresas mais bem conceituadas do planeta.

A **Natura** investe em responsabilidade sócio-ambiental já faz tempo, mas em 2007 lançou um programa que visa neutralizar a emissão de gás carbono e outros gases decorrentes da sua atividade industrial e do descarte das embalagens dos seus produtos. O programa visa reduzir o máximo possível da emissão dos gases e o que não for possível eliminar será compensado através de programas de reflorestamentos e preservação. A Natura possui um instituto de pesquisa voltado para o avanço tecnológico em prol da melhor utilização dos recursos naturais, evitando o desperdício. Participa de programas de conservação da biodiversidade e acredita que pode contribuir com o desenvolvimento infantil através de programas de planejamento familiar e atenção às famílias.

3.4 Aplicabilidade da Responsabilidade Sócio-Ambiental

É sabido que as empresas com maior rentabilidade têm mais recursos para investir em desenvolvimento social e preservação do meio ambiente. Sabemos também que empresas cujas atividades têm impacto direto no meio ambiente sofrem com as sanções por não preservação, o que as obriga a trabalhar a preservação ambiental. O que algumas empresas desconhecem é que a responsabilidade sócio-ambiental está diretamente relacionada à rentabilidade empresarial e, portanto é fator gerador de receita.

A sociedade subdesenvolvida e as condições climáticas exacerbadas são prejudiciais a qualquer pessoa e qualquer negócio, portanto empresas que não degradam o meio ambiente ou empresas com faturamento reduzido não estão

isentas das responsabilidades das suas ações e podem se beneficiar de políticas de sustentabilidade, a exemplo do que fazem as empresas de pequeno porte citadas neste trabalho.

O Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas constatou através de levantamento que maior parte das empresas no Brasil que exercem algum tipo de ação social são de pequeno e médio porte, porém se consideram sem recursos para políticas de responsabilidade sócio-ambiental e perdem a oportunidade de vincular as ações que já realizam ao negócio da empresa.

Grande parte das ações de responsabilidade exige da empresa que ela seja apenas criativa. Outra parte gera retorno com economia de recursos naturais, diminuição de desperdício e aumento de produtividade. Uma parte muito pequena é custo, que é compensado pelo aumento na rentabilidade.

CONCLUSÃO

Após diversas considerações sobre a relevância da Responsabilidade Sócio-Ambiental nas Empresas de Pequeno e Médio Porte, analisando as políticas adotadas e os benefícios que tais ações trazem às empresas, pode-se concluir que a prática de Responsabilidade Sócio-Ambiental é sim de extrema importância para as empresas de todos os portes, principalmente para as pequenas e médias.

Analisando as evidências expostas neste trabalho pode-se verificar que a responsabilidade sócio-ambiental tornou-se um fator de desenvolvimento importante para as empresas. As que conseguiram se conscientizar sobre a problemática social e ambiental estão investindo cada vez mais estrategicamente em programas com a finalidade de desenvolver a sociedade e preservar o meio ambiente, e as recompensas oriundas desta postura está contagiando as demais empresas.

Com base nas empresas analisadas pode-se verificar que as pequenas, médias e grandes empresas que praticam a responsabilidade sócio-ambiental, tem o reconhecimento da comunidade, maior lucratividade e oportunidades de parcerias.

Os projetos de responsabilidade sócio-ambiental estão cada vez mais elaborados e consistentes e por tanto melhor aceitos diante da sociedade. Os benefícios para a relação da empresa com os clientes são os mais evidentes, a ponto de poucas empresas investirem em mensuração destes resultados.

Tratando-se, exclusivamente, de empresas de pequeno e médio porte pode-se verificar que as empresas que conseguem praticar ações de responsabilidade e apresenta-las aos seus públicos estão se tornando mais competitivas e com maiores chances de progredir e permanecer no mercado. As pequenas empresas ainda têm dificuldades técnicas de vincular às ações aos objetivos empresariais e avaliar redução de custos, porém isso não as impedem de iniciar processos internos de transformação.

Desta forma pode-se verificar que a responsabilidade sócio-ambiental nas pequenas e médias empresas é um fator importante e benefício, pois, adotar práticas que resultem em benefício para a sociedade e o meio ambiente, no momento em que se enfrentam tantos problemas sócio-ambientais, faz com que as pequenas e médias empresas se desenvolvam e estimulem o desenvolvimento

sustentável, estimulando os funcionários a olharem com relevância as questões sócio-ambientais.

Como discutido no referido trabalho monográfico, existem alguns benefícios que tornam importante a inserção da responsabilidade sócio-ambiental para as pequenas e médias empresas. Uma boa imagem corporativa aproxima as empresas dos clientes e conserva os laços estimulando a comunidade a auto-preservação. Redução do desperdício, maximização dos recursos e reutilização geram queda nos custos, fazendo com que a empresa tenha maior disponibilidade para investir em melhorias contínuas.

Quanto aos objetivos traçados, pôde-se verificar que todos foram alcançados. A importância e os benefícios destas ações foram amplamente demonstrados, casos reais foram relatados e pôde-se observar que a implantação de sistemas de gestão ambiental gera nos colaboradores comprometimento e identificação com a cultura empresarial já que esta está diretamente relacionada com o seu bem-estar e com o bem-estar de toda a sociedade. Conclui-se também que os benefícios dos sistemas de gestão ambiental e das práticas de responsabilidade sócio-ambiental afetam de forma benéfica a comunidade onde a empresa está inserida, independentemente dos membros da comunidade ser clientes ou clientes potenciais das empresas.

As ações de responsabilidade sócio-ambiental funcionam em ciclo. A empresa inicia e contagia os colaboradores, clientes, fornecedores, parceiros e comunidade, ambos que por sua vez contagiam outras empresas. Acredita-se que esta ferramenta não seja um modismo e que as suas ações passaram a fazer parte das empresas como função indispensável.

Por ser assunto com varias possibilidades de análise e discussão, a autora considera de extrema relevância que sejam feitas análises complementares ou de diferentes perspectivas temporais ou causais, a fim de contribuir com as estratégias gerenciais atuais.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Josimar Ribeiro de; CAVALCANTI, Yara; MELLO, Claudia dos S. **Gestão Ambiental: Planejamento, avaliação, implantação, operação e verificação**. Rio de Janeiro: Thex Ed., 2000

BRÁSILIA SHOPPING. Disponível em: <http://www.brasiliashopping.com.br>. Acesso em 15/10/2007.

CISER. Disponível em: http://www.ciser.com.br/empresa_cidada.asp. Acesso em 15/10/2007

CANASVIEIRAS TRANSPORTES. Disponível em: <http://www.canasvieirastc.com.br/>. Acesso em 15/10/2007.

DEMAJOROVIC, Jacques. **Sociedade de Risco e Responsabilidade Socioambiental: perspectiva para educação corporativa**. São Paulo: SENAC, 2003.

DEMAJOROVIC, Jacques; Junior, Alcir Vilela. **Gestão Ambiental: Desafios e perspectivas para as organizações**. São Paulo: SENAC, 2006.

DIAS, Reinado. **Gestão Ambiental: Responsabilidade Social e Sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2006

GIL, Antonio Carlos. **Técnicas de pesquisa em economia e elaboração de monografias**. 3 ed. São Paulo: Atlas 2000.

HOLLIDAY, Charles. **Cumprindo o Prometido**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

IPEA. Disponível em: <http://getinternet.ipea.gov.br/asocial/> . Acesso em 15/10/2007.

INSTITUTO ETHOS. Disponível em: <http://www.ethos.org.br>. Acesso em 15/10/2007.

NATURA. Disponível em: <http://www2.natura.net/web/br/home/src/>. Acesso em 15/10/2007.

NETO, Francisco Paulo de Melo; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001

SABIN. Disponível em: <http://www.sabinonline.com.br/?ideare=34&tiramenu=14>. Acesso em 15/10/2007

SADIA. Disponível em: <http://www.sadia.com.br/br/instituto/>. Acesso em 15/10/2007.

SEBRAE. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br>. Acesso em 15/10/2007.

SHELL DO BRASIL. Disponível em: http://www.shell.com/home/content/br-pt/society_environment/. Acesso em 15/10/2007.

ROSIU, Ovídiu Petre Octavian, PAULESCU, Doina, MUNIZ, Adir Jaime de Oliveira.
Normas para apresentação da monografia acadêmica. Brasília: Uniceub, 2002.